

**KEBIJAKAN PENGEMBANGAN WIRUSAHA UMKM PANGAN
DI MASA DAN PASCA PANDEMI COVID-19**

**DEVELOPMENT OF FOOD MSME ENTREPRENEURS POLICY
DURING AND POST COVID-19 PANDEMY**

Dyan Vidyatmoko

Analisis Kebijakan Ahli Utama Kemenko Bidang Perekonomian

ABSTRAK

Banyak tantangan yang muncul dalam upaya pengembangan wirausaha UMKM Pangan di Indonesia, diantaranya akibat dampak pandemi Covid-19 yang menurunkan kegiatan ekonomi. Padahal selama ini industri pangan mempunyai peran cukup besar dalam menyumbangkan PDB, penyerapan tenaga kerja, mengurangi kemiskinan dan peningkatan ekspor. Dalam upaya mengatasi tantangan tersebut, tulisan ini bertujuan memberikan saran kebijakan untuk pengembangan wirausaha UMKM Pangan di masa dan pasca pandemi Covid-19. Metode kajian yang digunakan untuk tujuan tersebut adalah penelitian eksploratif dan analisis deskriptif. Hasil kajian ini memberikan saran kebijakan jangka pendek yaitu pertama, memberikan motivasi dengan menyediakan iklim usaha yang mendorong kompetisi yang adil, dan memberikan kemudahan akses permodalan. Kedua, memberikan pelatihan diantaranya dengan mengembangkan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha, memberi pelatihan kepada wirausaha, memberikan konsultasi bisnis kepada wirausaha, dan memberi pelatihan manajerial terutama untuk perusahaan pemula dan UMKM. Saran jangka menengah-panjang adalah menyediakan insentif kepada produk inovatif, memberi dukungan sarana dan prasarana untuk tumbuhnya inovasi, dan membuat aturan supaya perusahaan besar menyediakan fasilitas pembinaan bagi wirausaha.

Kata Kunci: kebijakan, pengembangan, wirausaha, UMKM, pangan

ABSTRACT

Many challenges arise in efforts to develop Food MSME entrepreneurs in Indonesia, including the impact of the Covid-19 pandemic which has reduced economic activities. The food industry has played as an important role in contributing to GDP, absorbing labor, reducing poverty and elevating exports. In efforts to overcome these challenges, this paper aims to provide policy suggestions for the development of Food MSME entrepreneurs in the Covid-19 pandemic and post pandemic. The assesement method used for this purpose is explorative research and descriptive analysis. The results of this study provide short-term policy suggestions. First, to provide motivation by providing business climate that encourages fair competition and provides easy accesses to capital. Second, to provide training which includes the development of business networks, marketing and business partnerships; training to new entrepreneurs; business consultations to entrepreneurs; and managerial training especially for start-up companies and SMEs. Medium-long term suggestions are to provide incentives for innovative products; supports for facilities and infrastructure for the growth of innovation; and to make regulations so that big companies could provide coaching facilities for entrepreneurs.

Keywords: policy, development, entrepreneur, MSME, food

A. Pendahuluan

Upaya pemerintah untuk mengembangkan jumlah wirausaha UMKM baru di Indonesia masih banyak menghadapi tantangan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2017), pada tahun 2016 Indonesia terdapat sekitar 8,1 juta wirausaha atau sekitar 3,1 % dari jumlah penduduk. Menurut laporan *Global Entrepreneurship Index* tahun 2019, Indonesia menduduki ranking 74, sedangkan Vietnam ranking 75. Singapura ranking 27, Malaysia ranking 43, Thailand ranking 54 dan Filipina ranking 86. Agar menjadi negara maju, jumlah angka yang ideal untuk wirausaha di Indonesia adalah sekitar 37, 5 juta atau sekitar 14 % dari jumlah penduduk Indonesia. Dengan demikian berarti harus ada upaya mengembangkan sekitar 29, 4 juta wirausaha baru agar Indonesia bisa masuk ke dalam negara maju.

Tantangan pengembangan wirausaha baru di Indonesia bersumber dari kondisi internal UMKM, kondisi eksternal UMKM dan kebijakan pemerintah. Tantangan yang menonjol sekarang ini adalah adanya pandemi Covid-19. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai upaya untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Pada prinsipnya kebijakan PSBB ditujukan untuk pengaturan pembatasan manusia dan barang dalam satu wilayah tertentu yang terkena dampak Covid-19. Melalui kebijakan PSBB ini semua kegiatan sektor mendapatkan pembatasan dan pelarangan dalam melakukan aktivitasnya. Ada delapan sektor yang mendapat pengecualian dalam penerapan kebijakan PSBB, salah satu diantaranya adalah sektor pangan. Dalam arti, sektor pangan dapat menjalankan kegiatan seperti biasa. Termasuk produksi, pengolahan, perdagangan dari petani sampai ke konsumen akhir di berbagai daerah diharapkan tetap dapat melakukan kegiatannya. Kebijakan PSBB membuat kegiatan ekonomi mengalami dampak yang

cukup besar. Banyak kegiatan ekonomi mengalami kontraksi termasuk kegiatan yang dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah di bidang pangan seperti makanan dan minuman.

Padahal industri makanan-minuman adalah kontributor yang cukup signifikan terhadap PDB Indonesia. Disamping itu, industri makanan-minuman merupakan industri yang menyerap tenaga kerja paling besar diantara industri manufaktur lainnya. Industri makanan dan minuman juga telah terbukti mampu tetap berdiri kokoh ketika krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1998. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya. Pengalaman ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro.

Kebijakan pengembangan wirausaha terkait dengan upaya menumbuhkan lingkungan usaha yang kondusif, menumbuhkan kemauan masyarakat untuk berwirausaha, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berwirausaha dan sistem insentif yang menstimulan masyarakat untuk merealisasikan membuka usaha baru. Upaya peningkatan jumlah wirausaha juga perlu mempertimbangkan berbagai aspek seperti keberlanjutan usaha.

Dalam mengembangkan wirausaha UMKM Pangan diperlukan kebijakan yang bersifat sistematis, komprehensif dan terencana. Untuk menentukan keberlanjutan wirausaha diperlukan berbagai pertimbangan seperti identifikasi faktor-faktor yang menentukan keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha, bobot faktor-faktor tersebut dalam keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha dan jenis industri. Pertimbangan tersebut harus dilihat dari berbagai perspektif dan bersifat integratif dalam upaya untuk mengembangkan wirausaha di Indonesia. Mengingat peranan *entrepreneurs* menjadi salah satu penyelamat perekonomian

Indonesia selama masa resesi yang dihadapi Indonesia dan akan menjadi salah satu pilar penting dalam memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan Indonesia di masa mendatang.

B. Perumusan Masalah

Posisi industri makanan minuman (mamin) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting di Indonesia. Berbagai peranan industri mamin yang riil dalam perekonomian. Mulai dari *share* dalam pembentukan PDB, kemampuan menyerap tenaga kerja dan *share* yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total. Disamping itu keberadaan dari industri mamin sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan di Indonesia. Seperti industri lainnya di Indonesia, industri makanan dan minuman terdiri dari industri besar, industri menengah dan industri kecil. Jumlah industri kecil dan mikronya jumlahnya relatif besar. Pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 9,23 % tahun 2017, 7,91 % tahun 2018, 8 % pada tahun 2019 dan 3%-4% pada tahun 2020 (target revisi setelah ada Covid-19) (Suryowati, 2020).

Tabel 1. Kontribusi Industri Mamin terhadap Perekonomian Indonesia Tahun 2019

Jumlah UMKM*	Share PDB Nasional**	Penyerapan TK**	Nilai Ekspor**	Pertumbuhan*
1.614.149 buah (99,7 %)	6,25 %	4,74 juta	US \$ 27,28 miliar	8 %

Sumber: *KemenkopUKM (2017); **Suhud (2020)

Secara umum, sebelum masa pandemi Covid-19, UMKM makanan dan minuman menghadapi berbagai kendala yang menyebabkan kelemahan dan hambatan bagi pengelolaan UMKM dilihat faktor internal dan faktor eksternal. Dari kedua faktor tersebut, terdapat dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan non-finansial. Masalah finansial pada umumnya terjadi karena bunga kredit untuk

investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi, banyaknya UMKM yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial. Sedangkan masalah non finansial adalah kurangnya manajemen usaha, kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control*, kurangnya pengetahuan akan pemasaran, terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, keterbatasan kemampuan UMKM menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan pasar, dan keterbatasan SDM yang terampil.

Permasalahan UMKM Pangan di atas semakin terlihat seiring pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia. Meskipun kebijakan PSBB masih mengizinkan kegiatan perdagangan UMKM Pangan tetap berjalan, namun dampak pandemi Covid 19 mengganggu produksi, distribusi, penjualan dan eksistensi UMKM Pangan karena turunnya permintaan produk UMKM sebagai akibat dari turunnya konsumsi, daya beli masyarakat, dan terbatasnya akses pergerakan orang dan barang.

UMKM makanan dan minuman merupakan UMKM yang paling terdampak dari pandemi Covid-19. Dari total UMKM yang ada di Indonesia, 35,88% UMKM yang terdampak adalah UMKM akomodasi dan makan-minuman, disusul UMKM perdagangan besar dan eceran seperti reparasi dan perawatan mobil sebanyak 25,33%, dan industri pengolahan sebanyak 17,83% (Deputi Bidang Restrukturisasi Usaha, KemenkopUKM, 2020)

Hasil survei LIPI menunjukkan 94 % UMKM mengalami penurunan penjualan, 58,76 % mengalami penurunan harga jual dan 45,07 % mengalami peningkatan biaya bahan baku akibat Covid-19 (Antara News, 2020). Survei ini dilakukan terhadap 679 responden pelaku UMKM, dimana mayoritas responden adalah pelaku usaha skala ultra mikro dan mikro, di 24 propinsi. Hasil survei ini menyimpulkan bahwa pandemi Covid-19 secara umum

menurunkan *profit* secara signifikan akibat penurunan penjualan sementara biaya produksi tetap atau meningkat.

Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) melakukan survei mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap 571 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa 70% UMKM menyatakan berhenti produksi sementara akibat penurunan pesanan selama Covid-19. Sekitar 63% UMKM meminta karyawannya untuk cuti berbayar atau tidak berbayar. Sebanyak 90% responden menghadapi masalah arus kas akibat pandemi Covid-19. Sekitar 80% responden menyatakan pendapatannya menurun tajam. Seiring gangguan usaha dan pembatasan pergerakan, 64% perusahaan mengalami kekurangan pasokan bahan baku (Alika, 2020). Akibat dari rentetan masalah tersebut, UMKM Pangan Indonesia semakin menghadapi tantangan untuk berkembang. Di sisi lain menunjukkan bahwa pasar usaha makanan minuman ini bersifat pasar persaingan sempurna, dimana *entry to barrier* sangat mudah dilakukan oleh para wirausaha. Wirausaha makanan dan minuman dengan mudahnya keluar masuk ke dalam pasar yang ada. Ada beberapa yang sukses dan bersinambungan usahanya dalam jangka panjang. Banyak juga yang gagal dalam menjalankan usahanya.

Bukti empiris menunjukkan sebagian besar wirausaha gagal dalam menjalankan bisnisnya secara berkesinambungan. Kasus di Amerika Serikat menunjukkan bahwa 2/3 perusahaan bisa bertahan pada umur dua tahun, tetapi hanya separuh yang dapat bertahan hingga umur empat tahun. Di Chile, kurang dari 42 persen UMKM bisa bertahan sampai umur empat tahun dan kurang dari 50 persen bertahan pada umur 10 tahun (Cabrera et al dalam Lusssier and Halabi, 2010).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, masalah yang akan dijawab dalam kajian ini adalah identifikasi rekomendasi kebijakan pengembangan wirausaha UMKM Pangan pada masa dan pasca pandemi Covid-19.

Beberapa pertanyaan kajian terkait rekomendasi kebijakan pengembangan wirausaha adalah (a) faktor apa saja yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha UMKM Pangan pada masa dan pasca pandemi Covid-19 dan (b) kebijakan apa yang diperlukan untuk pengembangan wirausaha UMKM Pangan pada masa dan pasca pandemi Covid-19.

C. Pengembangan Wirausaha UMKM Pangan: Beberapa Konsep Penting

Analisa terhadap upaya pengembangan wirausaha UMKM Pangan didasarkan pada beberapa konsep yang dipandang relevan dengan upaya tersebut, yaitu kriteria keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha, faktor determinan keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha dan kerangka kebijakan pengembangan wirausaha. Ketiga konsep tersebut dijelaskan secara lebih terinci sebagai berikut.

1. Kriteria Keberlanjutan dan Kesuksesan Wirausaha

Ada berbagai alasan yang dapat menjelaskan mengapa suatu wirausaha dapat berkelanjutan dan sukses dalam bisnisnya. Keberlanjutan dan keberhasilan wirausaha diantaranya ditentukan oleh perlunya keuntungan dalam bisnis, kestabilan dan kesehatan ekonomi, ketrampilan manajemen dan kondisi lingkungan. Ada yang menyimpulkan bahwa faktor keberlanjutan dan sukses wirausaha dapat dibagi menjadi kategori inovasi dan kategori sumber daya yaitu faktor psikologi dan faktor manajerial yang merupakan faktor bersifat lokal (Vidyatmoko dan Yasin, 2015).

Beberapa penulis lain yang melakukan penelitian terkait dengan keberlanjutan dan kesuksesan usaha mendefinisikan pengertian dan kriteria yang berbeda tentang keberlanjutan dan suksesnya suatu usaha. Beberapa penulis mengukur keberlanjutan dan keberhasilan (kesuksesan) suatu usaha dengan menggunakan kriteria berdasarkan analisis kinerja keuangan (misalnya Garoma, 2012

dalam Vidyatmoko dan Hastuti, 2017). Mengukur keberlanjutan dan kesuksesan suatu usaha semata-mata berdasarkan kinerja finansial seperti disebutkan di atas akan sangat sulit bila digunakan dalam konteks UMKM. Usaha yang baru berdiri tidak mempunyai banyak informasi, bahkan sebagian besar diantaranya belum memiliki ukuran akuntansi yang standar dan indikator-indikator kinerja. Selain itu, usaha-usaha tersebut juga belum mendapatkan keuntungan (*profit*) pada tahun-tahun pertama perusahaan beroperasi meskipun tingkat penjualannya meningkat (Brush dan Vanderwelt, 1992 dalam Vidyatmoko dan Hastuti, 2017). Dengan alasan di atas, sejumlah ahli mengusulkan konsep kinerja yang lebih luas yang mencakup indikator-indikator non-finansial. Beberapa peneliti menggunakan jenis indikator, seperti pangsa pasar, pengenalan (peluncuran) produk-produk baru atau kualitas produk (misalnya Zahra dan Bogner, 2000 dalam Vidyatmoko dan Hastuti, 2017). Beberapa penulis lebih memilih menilai keberlanjutan dan kesuksesan usaha berdasarkan ‘daya saing’ untuk menganalisa bisnis (usaha) pada tahap awal usaha berdiri (misalnya Man et al, 2002 dalam Vidyatmoko dan Hastuti, 2017).

Di luar kelompok di atas, banyak penelitian yang menempatkan keberhasilan wirausaha pada tingkat yang sama dengan konsep keberlangsungan (daya tahan) usaha (Bosma et al, 2004 dalam Vidyatmoko dan Yasin, 2015). Para penulis yang memilih keberlangsungan usaha sebagai ukuran keberhasilan didukung oleh model-model dinamis organisasi industri, yang menetapkan bahwa usaha-usaha pemula yang memperoleh keuntungan memutuskan untuk tetap berada di pasar, sementara yang mengalami kerugian memilih keluar dari kegiatan usaha mereka (Harada, 2003 dalam Vidyatmoko dan Yasin, 2015). Selain itu, keberlangsungan usaha (*survival*) mudah diidentifikasi dan diukur.

Dari hasil tinjauan terhadap beberapa literatur, diketahui bahwa kriteria yang paling banyak digunakan adalah kriteria

yang terkait dengan pertumbuhan perusahaan. Kelompok ini mencakup 31% ukuran yang digunakan dalam artikel-artikel dan sejauh ini merupakan dimensi yang paling disukai dalam menggambarkan kinerja dan keberhasilan usaha-usaha baru. Setelah dimensi tersebut, para penulis lebih suka menggunakan kriteria yang mengacu pada tingkat keuntungan (profitabilitas), yang digunakan dalam 18,11% kasus. Diikuti oleh keuntungan (profit) yang penggunaannya mencapai 14% dan likuiditas sebesar 7,16%. Kriteria lain terkait dengan pendapatan organisasi dan jumlah pegawai masing-masing digunakan dalam 4,25% dari total penelitian, diikuti oleh kriteria yang terkait dengan proses produksi/jasa (3,39%), produk atau jasa itu sendiri (2,26%), pelanggan (1,88%) dan pangsa pasar (3,01%) (Perez dan Canimo, 2009 dalam Vidyatmoko dan Hastuti, 2017).

2. Faktor Determinan Keberlanjutan dan Kesuksesan Wirausaha

Banyak penelitian dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha pangan skala kecil dan menengah. Hasil pemetaan variabel-variabel yang digunakan di berbagai negara disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Variabel yang Memengaruhi Keberlanjutan dan Kesuksesan *Entrepreneur*

No.	Variabel dan Indikator	Contoh Penulis & Tahun
I. Demografi :		
1.1.	Umur	Naseer et al (2018)
1.2.	Jenis Kelamin	Bosma et al (2000)*
1.3.	Status Sosial	Kara et al (2010)*
1.4.	Pendidikan	Alam et al (2015)
1.5.	Pengalaman	Abdulwahab et al (2015)
1.6.	Etnik	Lussier and Halabi (2010)*
II Faktor Psikologi		
2.1.	Pencapaian	Sebora et al (2009)*
2.2.	Keberanian Mengambil Resiko	Khattab et al (2017)
2.3.	Kepercayaan Diri	Utomo, et al (2020)

No.	Variabel dan Indikator	Contoh Penulis & Tahun
2.4.	Orientasi Bertindak	<i>Hosseinia and Ramezani (2016)</i>
2.5.	Otonomi	Chattopadhyay (2008)*
2.6.	<i>Internal locus of control</i>	Utomo et al (2020)
2.7.	Motivasi	<i>Banglie and Singh (2019)</i>
2.8.	Jiwa Kewirausahaan	Yu (2016)
2.9.	Kreatif/ Inovatif	Toth et al (2020)
III Perilaku Kerja :		
3.1.	Bekerja Keras	Utomo et al (2020)
3.2.	Kepemimpinan	Abdullah et al (2009) *
3.3.	Orientasi Strategik	Vargas (2001)*
3.4.	Gaya Pengambilan Keputusan	Grieco (2007)*
3.5.	Lingkungan Industri	Dalimunthe (2002)*
3.6.	Orientasi Pasar	Hult et al (2003)*
3.7.	Peluang	Kearins et al (2004)*
3.8.	Jaringan Sosial	Monahan et al (2011)*
IV Kompetensi Inti		
4.1.	Keahlian Teknis	<i>Chattopadhyay and Ghosh(2008)*</i>
4.2.	Keahlian Manajerial	Hansen et al (2018)
4.3.	Keahlian Hubungan Personal	Baylie and Singh (2019)
4.4.	Ketajaman Bisnis	Samisoni (2010)*
4.5.	Inovasi	Majlath et al (2019)
4.6.	Keahlian Beragam (<i>multi-skilled</i>)	Talebi et al (2020)
V Bentuk Organisasi :		
5.1.	Skala Usaha	Naseer el al (2018)
5.2.	Umur Perusahaan	Kozubikova et al (2016)
5.3.	Lokasi	Kiggundu (2002)*
5.4.	Jaringan Usaha	Khattab et al (2017)
5.5.	Pengalaman Bisnis	Njanike (2019)
5.6.	Keahlian Pemasaran	Monahan (2011)*
VI Sumberdaya Modal :		
6.1.	Modal Awal	Kalyani. (2011)*
6.2.	Sumber Modal	Attahir (1995)*
6.3.	Peningkatan Modal	Kiggundu (2002)*
6.4.	Sumberdaya Manusia	Baptista et al (2014)
VII Bantuan Teknis :		
7.1.	Kredit/ Pembiayaan	Khattab et al (2017)
7.2.	Pelatihan	Rafiki (2020)
7.3.	Konsultasi	Halabi (2010)*
7.4.	Inkubasi	Kiggundu (2002)*
7.5.	Magang	Kiggundu (2002)*
7.6.	Kunjungan Luar Negeri	Hansen et al (2018)

Sumber: *) *Vidyatmoko dan Yasin (2015), Vidyatmoko dan Hastuti (2017)*

Beberapa pengalaman empiris penentu kesuksesan wirausaha di Indonesia

sudah dilakukan di Indonesia. Vidyatmoko dan Yasin (2015) telah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *entrepreneur* UMKM Pangan di Jawa. Dalam penelitian itu digunakan tujuh faktor dengan 45 indikator kesuksesan kewirausahaan sebagaimana pada Tabel 1 dan jumlah sampel 34 orang pelaku wirausaha di Yogyakarta, Surabaya, Malang, Bandung dan Bogor. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat lima variabel atau faktor dominan kesuksesan wirausaha yaitu (1) faktor psikologis dengan dua indikator yaitu mengerjakan sesuatu dengan upaya terbaik dan berani memanfaatkan peluang bisnis dengan modal sendiri; (2) faktor perilaku kerja dengan dua indikator yaitu berorientasi pada visi, misi dan strategi, dan punya kemampuan memanfaatkan peluang pasar dan jaringan; (3) faktor kompetensi inti dengan indikator punya kemampuan membina hubungan dengan orang lain; (4) faktor bentuk organisasi dengan indikator memiliki keahlian pemasaran, dan (5) faktor bantuan teknis dengan dua indikator yaitu mendapat kesempatan magang di perusahaan sejenis dan mendapat bantuan konsultasi bisnis.

Hasil penelitian Vidyatmoko dan Yasin (2015) juga menunjukkan terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi kesuksesan wirausaha. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi peluang (*opportunities*) dan tantangan (*treats*). Pertama, peluang berupa krisis tidak terlalu berpengaruh karena makanan merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Persaingan usaha menuntut usaha-usaha untuk kreatif dan inovatif menghasilkan produk-produk baru dan berbeda agar bisa bertahan di industri. Beberapa usaha mengambil keuntungan dalam menjalankan usahanya dengan memanfaatkan kelonggaran aturan pemerintah.

Kedua, tantangan terdiri dari perijinan usaha masih menjadi masalah bagi

beberapa usaha karena waktu pengurusan yang tidak baku, birokrasi yang berbelit-belit dan biaya yang besar. Belum banyak usaha yang dapat memanfaatkan pelayanan publik yang ada. Sebagian besar masih sulit mendapatkan akses untuk memperoleh pinjaman dan bantuan memasarkan produk (termasuk pameran dan promosi). *Event* yang dikelola oleh pemerintah justru tidak diminati walaupun semua fasilitas gratis. Wirausaha tidak tertarik untuk membuka *stand* dan konsumen enggan datang. Penyebabnya antara lain kurang promosi, pelaksanaan tidak tetap karena sekali gagal tidak dilakukan lagi. *Event* dibawah pengelolaan swasta dibanjiri peminat meskipun wirausaha harus membayar untuk membuka *stand* dan pengunjung dikenakan bea masuk. Swasta lebih profesional dan lebih memahami kebutuhan usaha. Budaya Indonesia yang berkaitan dengan sifat dan kepribadian orang Indonesia banyak menghambat lahirnya wirausaha baru. Sifat menghindari resiko, bukan pekerja keras, kurang gigih dan lebih suka jadi pegawai (cari aman) membuat orang Indonesia pada umumnya tidak tertarik menjadi pengusaha. Sarana dan prasarana yang ada belum memadai dan kurang mendukung pengembangan usaha oleh pengusaha. Pengusaha umumnya harus berjuang dan berusaha sendiri untuk memajukan usahanya. Dukungan sarana maupun prasarana dari pihak berwenang tidak banyak dirasakan oleh wirausaha.

3. Kerangka Kebijakan Pengembangan Wirausaha

Lundstrom dan Stevenson (2005) mengajukan konsep kebijakan dengan salah tujuan utama adalah untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur*. Kerangka kebijakan tersebut didasarkan atas tiga aspek yaitu aspek kesempatan (*opportunity*), aspek motivasi (*motivation*) dan aspek ketrampilan (*skills*). Terdapat enam bidang area dari kerangka kebijakan tersebut yaitu (1) promosi *entrepreneurship* (*entre*

preneurship promotion), (2) pendidikan *entrepreneurship* (*entrepreneurship education*), (3) lingkungan bagi *start-up* (*the environment for start-ups*), (4) pembiayaan *start-up* dan *seed capital* (*start-up and seed capital financing*), (5) pengukuran dukungan bisnis bagi *start-ups* (*business support measures for start-ups*) dan (6) strategi target kelompok (*target group strategies*).

Lebih lanjut Lundstrom dan Stevenson (2005) menyatakan bahwa pembiayaan *start-up*, dukungan bisnis dan pengurangan hambatan untuk masuk ke pasar merupakan bagian dari aspek kesempatan. Promosi termasuk dalam aspek motivasi. Pendidikan termasuk dalam domain aspek ketrampilan dan motivasi. Semua aspek dapat diterapkan dalam beragam potensi penduduk yang dapat menjadi *entrepreneur* (yaitu kelompok target) agar terjadi peningkatan jumlah *entrepreneur* beserta perusahaan barunya.

D. Metode Kajian

Kajian ini merupakan studi literatur dengan pendekatan penelitian eksploratif dan analisis deskriptif. Penelitian eksploratif dilakukan untuk memperoleh informasi berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi UMKM Pangan sebelum dan masa pandemi Covid-19, kriteria keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan *entrepreneur* melalui kajian teoritis dan kajian terhadap penelitian terdahulu sebelum dilanjutkan dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan berbagai rekomendasi kebijakan yang akan digunakan.

Untuk menyusun kerangka analitik dari hasil review pustaka masalah yang dihadapi UMKM Pangan, kriteria keberlanjutan dan kesuksesan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha dilakukan dengan dua langkah awal dari meta analisis (De

Coaster, 2004). Langkah pertama adalah menentukan dan mempelajari topik penelitian yang akan dirangkum terkait dengan masalah UMKM Pangan, pengertian keberlanjutan atau sukses bagi wirausaha dan faktor penentu keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha beserta indikatornya. Identifikasi kata kunci tersebut kemudian dicari melalui pencarian literatur yang relevan dalam data bank lewat situs internet. Khusus untuk pencarian faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha dilakukan dengan mengacu pada faktor-faktor penentu dari model Kiggundu (2002). Pencarian ini dilakukan melalui *Google*, *Google Scholar* dan *Proquest*. Bahan studi dicari dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia yang dipublikasikan dalam situs internet dengan memperhatikan tahun terbaru penerbitan. Langkah selanjutnya adalah melakukan seleksi atas topik tertentu dengan kata-kata kunci sebelumnya. Langkah ini dilakukan sampai dengan bulan September 2020.

E. Rekomendasi Kebijakan

Ada beberapa pertimbangan dalam menyusun rekomendasi kebijakan. Pertama, rekomendasi kebijakan disusun didasarkan atas hasil studi literatur terkait dengan identifikasi masalah UMKM Pangan dan pengertian keberlanjutan atau sukses wirausaha. Disamping itu juga memperhatikan hasil studi literatur tentang faktor determinan keberlanjutan dan kesuksesan wirausaha pangan di berbagai negara. Kedua, rekomendasi kebijakan dibuat berdasarkan kerangka kebijakan dari Stevenson (1996), yang terdiri dari tiga aspek yaitu aspek kesempatan (*opportunity*), aspek motivasi (*motivation*) dan aspek ketrampilan (*skills*). Ketiga, rekomendasi kebijakan juga mempertimbangkan hasil penelitian yang dilakukan penulis terkait faktor internal yang dominan dalam menentukan keberlanjutan dan

keberhasilan wirausaha dan faktor eksternal berupa kondisi yang mempengaruhi keberlanjutan dan keberhasilan wirausaha. Keempat, rekomendasi kebijakan dapat diterapkan pada masa pandemi Covid-19 dan pasca pandemi Covid-19 secara *online* dan *offline*. Rekomendasi kebijakan ini dapat dilaksanakan melalui program Kartu Prakerja dan program pelatihan lainnya. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka saran kebijakan yang dapat mendorong pengembangan wirausaha UMKM Pangan adalah sebagai berikut:

Jangka Pendek

1. Kebijakan memberikan motivasi dengan:

a. Menyediakan iklim usaha yang mendorong kompetisi yang *fair*

Masalah perijinan usaha masih menjadi hambatan. Waktu pengurusan yang tidak baku, birokrasi yang berbelit-belit dan biaya yang besar menjadi indikasi tersebut. Bagi para wirausaha, kondisi tersebut dapat membuat mereka kurang tertarik untuk menciptakan dan menghasilkan usaha baru. Untuk itu, maka perlu dilakukan pembenahan terhadap perijinan dan seluruh perangkat iklim usaha yang ada.

Iklim usaha, termasuk perijinan harus mendorong para wirausaha untuk menghasilkan usaha dan produk baru yang dibutuhkan masyarakat. Iklim usaha yang kondusif juga akan memotong biaya tinggi yang ditimbulkan, sehingga setiap usaha yang dilakukan terbuka untuk menciptakan keuntungan dan peluang kerja yang besar bagi masyarakat. Kebijakan ini dapat dilakukan melalui *Omnibus Law* yang sudah disetujui DPR.

b. Memberi kemudahan akses dan bantuan permodalan

Salah satu permasalahan yang dihadapi wirausaha, baik di masa sebelum, saat dan sesudah pandemi

Covid-19 adalah aspek permodalan. Kemampuan untuk meningkatkan skala produksi menjadi terhambat, karena dukungan pemodal yang juga lambat. Pada umumnya lembaga pembiayaan (terutama bank) masih berpatokan kepada skala usaha dan kinerja keuangan pengusaha. Hal ini tentu saja sangat menyulitkan bagi pengusaha baru dan kecil, karena skala usaha mereka masih kecil dan kinerja keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan yang memerlukan pencatatan administrasi akuntansi yang baik. Untuk itu, maka perlu upaya agar masalah akses permodalan ini dapat segera teratasi, sehingga pengusaha UMKM memiliki akses yang mudah dalam pemodal. Pada saat pandemi Covid-19 mereka perlu mendapat bantuan modal usaha. Bantuan modal usaha dapat berupa kelonggaran dan penundaan pembayaran pinjaman, keringanan pajak UMKM, bantuan langsung tunai, pinjaman dengan suku bunga lebih rendah dari yang suku bunga yang ada. Bantuan juga bisa dalam bentuk pembiayaan adopsi ICT.

Yang perlu dicermati dalam usaha pemberdayaan UMKM melalui aspek permodalan ini adalah: (1) bagaimana pemberian bantuan modal ini tidak menimbulkan ketergantungan; (2) bagaimana pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan; (3) bagaimana skema penggunaan atau kebijakan pengalokasian modal ini tidak terjebak pada perekonomian subsisten. Tiga hal ini penting untuk dipecahkan bersama. Inti pemberdayaan adalah kemandirian masyarakat. Pemberian hibah modal kepada UMKM hanya dibutuhkan pada waktu masa pandemi. Pada kondisi normal, hibah modal selain kurang mendidik UMKM untuk bertanggungjawab kepada dirinya

sendiri, juga akan dapat mendistorsi pasar uang. Oleh sebab itu, cara yang cukup elegan dalam memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. Cara ini selain mendidik mereka untuk bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit, juga dapat menjadi wahana bagi mereka untuk terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada, serta membuktikan kepada lembaga keuangan bahwa tidak ada alasan untuk diskriminatif dalam pemberian pinjaman.

2. Kebijakan memberikan pelatihan kepada wirausaha UMKK Pangan dengan :

a. Mengembangkan Jaringan Usaha, Pemasaran dan Kemitraan Usaha

Upaya mengembangkan jaringan usaha ini dapat dilakukan dengan berbagai macam pola jaringan misalnya dalam bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Pola-pola jaringan semacam ini sudah terbentuk akan tetapi dalam realitasnya masih belum berjalan optimal. Pola jaringan usaha melalui sub kontrak dapat dijadikan sebagai alternatif bagi eksistensi UMKM di Indonesia. Meskipun sayangnya banyak industri kecil yang justru tidak memiliki jaringan sub kontrak dan keterkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar sehingga eksistensinya pun menjadi sangat rentan. Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam kluster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global.

Jaringan pemasaran *offline* dan *online* juga menjadi salah satu kendala yang selama ini juga menjadi faktor penghambat bagi Usaha Kecil Menengah untuk berkembang. Upaya pengembangan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi misalnya kerja sama dengan *e-commerce*, seperti Tokopedia, Bukapal, kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UMKM serta pengembangan situs-situs UMKM di dalam dan luar negeri.

Penguatan ekonomi rakyat melalui pemberdayaan UMKM, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegasikan yang lain, tetapi *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.

b. Memberikan konsultasi dan pelatihan bisnis

Ekonomi dunia di masa mendatang akan berubah seiring dengan era Industri 4.0. Industri 4.0 akan mengubah bisnis dari cara konvensional menuju bisnis digital yang berhubungan dengan teknologi komputer yaitu *Internet of Things (IoT)*, *Big Data*, *Cloud Computer*, *Artificial Intelligence (AI)* dan *Machine Learning*. Perubahan bisnis

semakin dipercepat dengan perubahan perilaku konsumen yang memanfaatkan bisnis *online* sebagai akibat dampak pandemi Covid-19. Perubahan bisnis tersebut tentunya dihadapi UMKM. Oleh karena itu, wirausaha UMKM perlu diberikan pelatihan dan konsultasi bisnis untuk menghadapi era Industri 4.0 dan dampak pandemi Covid-19. Konsultasi dan pelatihan bisnis ini dapat berbentuk konsultasi dan pelatihan model bisnis berbasis digital dan berbasis *offline*.

Konsultasi dan pelatihan bisnis bagi wirausaha dapat diberikan melalui lembaga-lembaga seperti *Business Development Services (BDS)* dan inkubator bisnis. BDS dan lembaga inkubasi (inkubator) yang banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia termasuk yang difasilitasi oleh Kementerian Koperasi dan UMKM. Salah satu peran BDS dan inkubator adalah mendampingi wirausaha untuk mengembangkan usahanya dan menjadi mentor usaha bagi wirausaha yang baru tumbuh. Peran BDS lainnya adalah menjadi mentor bagi calon wirausaha, wirausaha baru dan wirausaha yang sudah ada untuk mengembangkan bisnisnya.

Inkubator adalah lembaga yang bergerak dalam bidang penyediaan fasilitas dan pengembangan usaha, baik manajemen maupun teknologi bagi Usaha Kecil dan Menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya dan atau pengembangan produk baru yang berdaya saing dalam jangka waktu tertentu. Jika yang menjadi mitra adalah sebuah unit usaha baru, maka inkubator biasanya disebut sebagai Inkubator Usaha (*business incubator*). Beberapa inkubator merupakan bagian dari Perguruan Tinggi negeri, Kementerian/LPKN dan swasta. Perguruan tinggi relatif memiliki kuantitas dan kualitas dukungan sumber daya manusia yang cukup, memiliki reputasi sehingga dapat dipercaya untuk

menjadi konsultan bisnis bagi wirausaha baru. Hal ini juga didukung dengan lokasi yang relatif tersebar di seluruh propinsi Indonesia sehingga dapat menjangkau usaha-usaha sampai ke tingkat desa. Selain perguruan tinggi, fungsi konsultan bisnis juga dilaksanakan oleh BUMN, Kementerian/LPNK dan program pengembangan masyarakat pada beberapa perusahaan swasta nasional besar.

c. Memberi pelatihan manajerial dan teknologi digital

Salah satu kelemahan UMKM Pangan adalah kemampuan mengelola perusahaan dengan baik, menumbuhkan perusahaan dan kurangnya penggunaan teknologi digital. Kemampuan mengelola perusahaan, terutama kemampuan mengelola kegiatan produksi, pemasaran, keuangan, serta sumberdaya manusia sangat krusial dalam keberhasilan usaha. Adopsi penggunaan teknologi digital sangat membantu usaha. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pengelolaan perusahaan dan penggunaan teknologi digital sangat penting bagi para wirausaha. Pelatihan ini diperlukan tidak hanya pada masa pandemi Covid-19 saja tetapi juga dalam rangka menghadapi era Industri 4.0.

Pelatihan tergantung kepada kebutuhan dari setiap wirausaha. Misalnya bagaimana manajemen pengelolaan bahan baku, dari mulai mencari sumber bahan baku, menentukan jumlah pesanan bahan baku untuk setiap kegiatan produksi, menentukan apakah perlu penyediaan gudang penyimpanan bahan baku atau dilakukan dengan metode *just in time*, bagaimana menentukan kualitas bahan baku, memproses bahan baku secara efisien dan lainnya. Begitu juga misalnya manajemen pengelolaan keuangan, dari mulai menentukan pembiayaan untuk modal kerja dan

investasi, sumber dana, bagaimana mengatur kas, utang-piutang, *inventory*, pembiayaan tenaga kerja, *cash-flow* dan lainnya. Pelatihan manajemen pengelolaan usaha dan pelatihan teknologi digital akan sangat bermanfaat bagi UMKM dan pemula supaya mereka mampu menjalankan bisnisnya dengan baik, efisien, menguntungkan dan profesional.

Jangka Menengah-Panjang Kebijakan menyediakan kesempatan bagi UMKM Pangan untuk :

a. Memberi insentif kepada produk inovatif

Ide-ide kreatif dan inovatif lebih mudah muncul dari perusahaan kecil UMKM dan pemula dibandingkan dengan perusahaan besar. Perusahaan kecil mampu menerjemahkan setiap inovasi langsung menjadi produksi tanpa prosedur birokrasi yang berbelit. Berbeda dengan perusahaan besar yang mengharuskan setiap ide dan inovasi baru dikaji kelayakannya melalui serangkaian tahap pengembangan produk. Sehingga hanya satu saja dari ratusan ide yang kemudian diproduksi secara komersial. Karena kemudahan untuk menuangkan ide menjadi karya nyata bagi wirausahawan UMKM, maka perlu kemampuan tersebut didorong melalui insentif. Salah satu kelemahan wirausaha dalam mengkomersialkan produk inovatif mereka adalah keterbatasan jaringan pasar. Insentif yang dapat diberikan dapat berupa insentif membuka jaringan dan pameran baik di dalam maupun luar negeri terhadap produk-produk inovatif yang dihasilkan.

b. Dukungan sarana dan prasarana untuk tumbuhnya inovasi

Dukungan sarana dan prasarana yang memadai bagi pengembangan usaha di banyak daerah tampaknya belum banyak. Akses telekomunikasi, akses transportasi, ketersediaan energi, ketersediaan air bersih dan pengolahan

limbah juga belum banyak disediakan di kawasan-kawasan niaga. Selain itu, salah satu faktor penting untuk tumbuhnya inovasi, selain ketersediaan sarana telekomunikasi juga ketersediaan lembaga riset pendukung. Institusi riset baik yang berada di bawah lembaga riset maupun perguruan tinggi belum banyak yang melakukan kerjasama untuk menghasilkan inovasi bekerjasama dengan industri. Beberapa institusi riset sudah ada yang melakukan kegiatan riset bersama dengan industri, tetapi sebagian besar adalah industri besar. Padahal inovasi akan lebih mudah dilakukan di industri kecil, karena yang banyak berperan melakukan inovasi adalah para wirausaha langsung. Kemampuan inovasi para wirausaha akan lebih mudah diimplementasikan dengan dukungan dan bantuan sarana dan prasarana yang dimiliki institusi litbang serta kerjasama riset dengan para peneliti lembaga litbang.

c. Membuat aturan supaya perusahaan besar menyediakan fasilitas pembinaan bagi wirausaha

Keberhasilan wirausaha tidak dapat dilepaskan dari kemampuan dalam menjalankan usahanya dengan baik. Kemampuan mengelola suatu kegiatan, salah satu faktor pentingnya adalah bimbingan dari mereka yang telah mendalami kegiatan tersebut dalam jangka waktu yang lama. Upaya yang paling penting dalam mendorong wirausaha untuk berhasil adalah adanya bimbingan dari pengusaha yang telah sukses, terutama pengusaha skala menengah besar. Keberhasilan dalam pengelolaan usaha yang telah diperoleh pengusaha menengah besar akan sangat bermanfaat ditularkan kepada pengusaha baru dan skala kecil.

Bimbingan dilakukan melalui suatu program dengan berbagai fasilitas pembelajaran bagi pengusaha baru dan kecil. Program tersebut diantaranya fasilitas pembinaan, penyediaan

bimbingan teknis, bimbingan manajemen dan penyediaan tempat untuk latihan usaha.

F. Kesimpulan

Diperlukan terobosan kebijakan untuk pengembangan wirausaha UMKM Pangan di Indonesia di masa dan pasca pandemi Covid-19 agar Indonesia dapat menjadi negara maju. Kebijakan pengembangan wirausaha di masa dan pasca pandemi Covid-19 diantaranya terkait dengan upaya menumbuhkan lingkungan usaha yang kondusif, menumbuhkan kemauan untuk berwirausaha, meningkatkan kemampuan untuk berwirausaha dan sistem insentif yang menstimulan untuk mempertahankan usaha dan merealisasikan membuka usaha baru yang berhasil dan berkelanjutan.

Saran kebijakan dalam jangka pendek adalah pertama, memberikan motivasi dengan menyediakan iklim usaha yang mendorong kompetisi yang *fair*, dan memberikan kemudahan dalam akses permodalan. Kedua, memberikan pendidikan dan ketrampilan (*skill*) dengan mengembangkan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha, memberi pelatihan kepada wirausaha, memberikan konsultasi bisnis kepada wirausaha, dan memberi pelatihan manajerial terutama untuk perusahaan pemula dan UMKM

Saran kebijakan jangka menengah-panjang adalah menyediakan kesempatan untuk memberi insentif kepada produk inovatif, memberi dukungan sarana dan prasarana untuk tumbuhnya inovasi, dan membuat aturan supaya perusahaan besar menyediakan fasilitas pembinaan bagi wirausaha.

Daftar Pustaka

Buku

Acs, Z,J, Szerb, L, Lafuente, E and Markus,G, *Global Entrepreneurship Index 2019*. The Global Entrepreneurship and Development Institute (GED), Washington DC, USA, 2019.

- Kemenperin, 2018, Kebijakan Sektor Industri Makanan dan Minuman dalam Rangka Implementasi Roadmap Industri 4.0
- Munoz, J.M, Liao, J and Welsch, H, *Success factors among Philippine entrepreneurs*. Annual Conference of the US Association of Small Business and Entrepreneurship. Indian Well, California.2005
- Stevenson, L, *The implementation of an entrepreneurship development strategy in Canada: the case of the Atlantic Region*. ACOA/OECD. Paris, 1996.
- Yu, Shengtao, *Key determinants for Thai SME's success: a study of Thai food enterprises in Bangkok Metropolitan District*. Thesis, MBA. The Graduate School of Bangkok University, 2016.
- Jurnal**
- Abdulwahab, MH and Ali, R, 2015, *The impact of entrepreneurs' characteristics on small business success at medical instruments supplies organizations in Jordan*. International Journal of Business and Social Science Vol. 6, No. 8; August
- Alam, F, Abdullah, M. A, Moten, A. R. and Azam, S. M, 2015, *Success factors of overall improvement of microenterprises in Malaysia: an empirical study*. Journal of Global Entrepreneurship Research 6:7 pp 1-13.
- Baylie A and Singh, M, 2019, *Entrepreneurial competencies and success of small and medium enterprises (SMEs): evidence from Ethiopia*. European Journal of Business and Management Vol.11, No.19
- Baptista, R, Karaoz, M and Mendonca, 2014, *The impact of human capital in the early success of necessity versus opportunity based entrepreneurs*. Small Business Economics. Vol 42, issue 4, 831-847.
- Hansen, MW, Esther K. Ishengoma, and Radha Upadhyaya, 2018, *What constitutes successful African enterprises? A survey of performance variations in 210 African food processors*. International Journal of Emerging Markets Vol. 13 No. 6, 2018, 1835-1854
- Hosseininia, Gholamhossein and Ali Ramezani, 2016, *Factors influencing sustainable entrepreneurship in Small and Medium-Sized enterprises in Iran: A case study of food industry*. Sustainability 2016, 8, 1010, 1-20
- Khattab, I, Ahmed SS and Mohamed Ahmed A, 2017, *Determinants of business entrepreneurship success in Sudan*. Journal of Entrepreneurship & Organization Management, Volume 6. Issues 2
- Kiggundu, M.N., 2002, *Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done*. Journal of Development Entrepreneurship; Oct 2002, 7,3, 239-258.
- Kozubíková, L., Vojtovič, S., Rahman, A., Smrčka, L, 2016, *The role of entrepreneur's gender, age and firm's age in autonomy. the case study from the Czech Republic*. Economics and Sociology, Vol. 9, No 2, 168-182
- Lussier, R.B and Halabi, C.E., 2010, *A three-country comparison of the business success versus failure prediction model*. Journal of Small Business Management 48(3), 360-377
- Majlath,M, Aniko Kelemen-Erdős and Cyntia Valocikova, 2019, *Understanding SME's failure – focus on success factors and gender differences: comparative analysis of SME's in Czech Republic, Hungary and Serbia*. Serbian Journal of

Management, 14 (2) (2019) 327 - 344

- Naseer MS, Muhammad Nazam, Mahmood Ahmad Randhawa, Manzoor Ahamd, Asif Maqbool, Masood Ahmad Khan and Muhammad Umar Ayub, 2018, *Exploring the determinants for a successful family entrepreneurship: Empirical evidences from Punjab Province*. African Journal of Business Management. Vol. 12(22), pp. 666-673
- Njanike, Kosmas, 2019, *The factors influencing SMEs growth in Africa: a case of SMEs in Zimbabwe*. DIO:10.5772/intecchopen. 87192
- Rafiki, Akmad, 2020, *Determinants of SME growth: an empirical study in Saudi Arabia*. Journal of Organizational Analysis Vol 28, Iss 1, 205-225
- Talebi, Kambiz, Ardalan Tanbakouchian, and Ali Bozorgi Amir, 2020, *Identifying the indicators of the theory of planned behavior in successful entrepreneurs of Small and Medium-Sized enterprises*. Iranian Journal of Management Studies Vol 13, Issue 3, 441-465
- Toth, József, Giuseppina Migliore, Jeremiás Máté Balogh and Giuseppina Rizzo, 2020, *Exploring innovation adoption behavior for sustainable development: the case of Hungarian food sector*. Agronomy 2020, 10, 612, 1-12
- Utomo, MN, Cahyaningrum W, and Kaujan, 2020, *The role of entrepreneur characteristic and financial literacy in developing business success*. Jurnal Manajemen Bisnis, 11 (1), 26-42.
- Vidyatmoko, D dan Yasin, H, 2015. *Faktor utama kesuksesan wirausaha di industri pangan*. Jurnal Manajemen Teknologi, Vol 14 No 1, ITB.
- Vidyatmoko, D dan Hastuti, P, 2017, *Identification and the determinant of entrepreneurial success: A Multidimensional Framework*. STI Policy and Management Journal, Vol 2, No 2, LIPI

Webinar

Deputi Bidang Restrukturisasi Usaha, Kemenkop UKM, *Webinar: Scale Up With Whatsapp*. Jakarta, 21 Juli 2020

Website

- Alika, Rizky, "Survei ILO: 70% UMKM di Indonesia Setop Produksi Akibat Covid-19", <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5ed7c7e8cbb2a/survei-ilo-70-umkm-di-indonesia-setop-produksi-akibat-covid-19>, diakses 21 September 2020
- Antara News, "Penjualan UMKM turun akibat Covid-19-Infografik Antara News", <https://m.antaranews.com/infografik/1584914/survei-lipi-penjualan-imkm-turun-akibat-covid-19>, diakses 28 September 2020
- De Coster, J, 2004, *Meta-analysis notes*. <http://www.stat-help.com/notes.html>. diakses 17 September 2020.
- Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018," [http://www.depkip.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20\(UMKM\)](http://www.depkip.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20(UMKM)), diakses 17 September 2020
- Suhud, R, "Pertumbuhan industri makanan minuman dipacu." <https://m.mediaindonesia.com/read/detail/28548-pertumbuhan-industri-makanan-minuman-dipacu>, diakses 23 September 2020
- Suryowati, Estu, "Gapmmi Optimistis Kinerja Industri Makanan-Minuman Membaik Kuartal-III", diakses 22 September 2020